

**PENGARUH LOKASI, KUALITAS PELAYANAN, DAN HARGA TERHADAP
MINAT MAHASISWA PERBANKAN SYARIAH DALAM BERTRANSAKSI
MENGUNAKAN BRILink DI KECAMATAN BARUGA KOTA KENDARI
(Studi Kasus pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Kendari)**

ANNISA

Program Studi Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kendari

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Minat Mahasiswa Perbankan Syariah dalam Bertransaksi Menggunakan BRILink di Kecamatan Baruga Kota Kendari (Studi Kasus pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Kendari). Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif, sedangkan sumber data yang digunakan adalah data primer yaitu dengan penyebaran angket atau kuesioner.

Populasi dalam penelitian ini sebanyak 511, sementara sampelnya sebanyak 100 responden. Sedangkan untuk teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode observasi, kuesioner, wawancara, dokumentasi dan studi pustaka. Data diolah menggunakan uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, uji koefisien determinasi dan uji hipotesis (uji t dan uji f) menggunakan program IBM SPSS versi 25.

Dari hasil pengolahan data tersebut, menunjukkan bahwa variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa bertransaksi dengan nilai $0.018 < 0.05$. Sedangkan untuk variabel kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa bertransaksi dengan nilai $0.523 > 0.05$. Sementara untuk variabel harga juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa bertransaksi dengan nilai $0.000 < 0.05$. Dari uji t tersebut menunjukkan bahwa variabel lokasi menjadi yang paling berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam bertransaksi. Adapun hasil uji f mengatakan bahwa semua variabel yang berada pada rumusan masalah berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap minat mahasiswa dalam bertransaksi dengan nilai $0.000 < 0.05$.

Kata Kunci: Lokasi, Kualitas Pelayanan, Harga, Minat, BRILink

1. Pendahuluan

Fenomena yang dihadapi saat ini adalah perusahaan perbankan hanya mendirikan kantor cabang atau unit kerja di wilayah tertentu saja, sehingga membuat pelayanan terbatas. Peletakan kantor cabang maupun unit kerja yang hanya dapat dijumpai di daerah pusat kota ini membuat pelayanan hanya terbatas bagi masyarakat yang mempunyai akses yang mudah dan dekat dengan kantor tersebut. Perluasan fasilitas transaksi keuangan perbankan seperti halnya mesin ATM pun belum tersedia secara memadai. Dengan dasar biaya yang dinilai mahal untuk mendirikan sebuah kantor cabang maupun peletakan mesin ATM menyebabkan pelayanan perbankan bagi masyarakat Indonesia belum dinikmati secara merata (Khairiyah & Sari, 2020).

Dengan demikian, salah satu upaya pemerintah dalam rangka mempermudah akses layanan keuangan di seluruh wilayah Indonesia serta meningkatkan akses keuangan masyarakat, yaitu dengan mengeluarkan sebuah program Branchless Banking sebagai bagian dari inklusif keuangan yang ditetapkan sebagai program Strategi Nasional Keuangan Inklusif (SNKI) yang diatur dalam SEBI Nomor 16/12/DPAU tanggal 22 Juli 2014 dan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 19/PJOK.03/2014 tentang layanan keuangan tanpa kantor dalam rangka keuangan inklusif.

Layanan Keuangan Digital atau Branchless Banking merupakan layanan utama pengembangan keuangan perbankan yang kegiatannya adalah memberikan jasa layanan keuangan tanpa harus pergi ke bank, cukup menggunakan sarana teknologi atau melibatkan jasa pihak ketiga dalam hal pemberian layanan masyarakat. Selain efisien, pengguna Branchless Banking

dimaksudkan untuk kenyamanan serta kecepatan transaksi tanpa teller/kasir bank (Zuardi & Rahim, 2020).

Dalam rangka mendukung program pemerintah tersebut, PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk sebagai salah satu bank Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang terbesar dan telah tersebar di seluruh pelosok tanah air jika dibandingkan dengan bank-bank lainnya, sangat mendukung program pemerintah mengenai Branchless Banking yaitu dengan meluncurkan produk bernama BRILink pada Desember 2014 (Marpaung et al., 2022).

Sejak peluncuran BRILink pada tahun 2014 atau setelah 8 tahun berjalan, persebaran agen BRILink tumbuh dengan sangat pesat. Pertumbuhan transaksi BRILink yang sangat pesat menunjukkan bahwa minat masyarakat menggunakan jasa BRILink sangat tinggi. Hal ini disebabkan faktor-faktor kemudahan yang ditawarkan oleh BRI terhadap nasabah dalam meningkatkan akses keuangan masyarakat serta terpenuhinya kebutuhan masyarakat akan layanan jasa perbankan. Berikut ini adalah data jumlah agen BRILink di Indonesia.

Jumlah Agen BRILink di Indonesia

No	Tahun	Jumlah Agen
1	2015	50.259
2	2016	84.550
3	2017	279.750
4	2018	401.550
5	2019	422.160
6	2020	458.000
7	2021	503.000
8	2022	550.000

Sumber: Annual Report BRI 2015-2022

Pada tahun 2020 sebanyak 29.591 agen BRILink yang tersebar di Sulawesi Tenggara, Sulawesi Selatan, Sulawesi Barat bahkan sampai Maluku. Khusus untuk daerah Sulawesi Tenggara sendiri berjumlah sekitar 5.000 agen BRILink

yang tersebar di seluruh kota/kabupaten yang ada. Pada tahun 2021, untuk jumlah agen BRILink di ibu kota Sulawesi Tenggara yakni kota Kendari berjumlah sekitar 1.000 agen BRILink yang tiap tahunnya selalu meningkat. Terkhusus untuk kecamatan Baruga sendiri, setidaknya terdapat mencapai 100 agen BRILink yang tersebar. Agen BRILink menyediakan jasa tersebut di warung, toko, atau box yang berada di keramaian.

BRILink merupakan sebuah layanan BRI dimana BRI menjalin kerjasama dengan pihak ketiga yakni nasabah BRI sebagai agen yang dapat melayani transaksi perbankan bagi masyarakat secara real time online dengan konsep sharing fee (komposisi 50:50). Perangkat yang digunakan adalah menggunakan perangkat Electronic Data Capture (EDC) yang sudah dilengkapi dengan fitur layanan perbankan BRI, dan dapat juga berfungsi sebagai mini ATM BRI. Melalui agen BRILink masyarakat dapat melakukan transaksi transfer, tarik tunai, setor tunai, pembayaran berbagai tagihan seperti PLN, telepon, PDAM, BPJS, pembayaran cicilan kredit kendaraan dan beberapa layanan perbankan lainnya. Sedangkan bagi agen BRILink, memperoleh tambahan berupa fee dan berpotensi menambah pelanggan. Bagi BRI, bisnis BRILink ini akan memberikan keuntungan dalam bentuk perluasan jaringan kerja, menghemat biaya operasional (karena tidak harus membuka cabang), menghasilkan fee based income, meningkatkan CASA dan berpotensi untuk cross selling product (Marpaung et al., 2022)

Penelitian ini akan dilakukan di sebuah kampus, yaitu kampus Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kendari. Dimana populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa perbankan syariah

angkatan 2019-2022 dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Dikalangan mahasiswa pun sudah banyak yang sudah melakukan transaksi di agen BRILink yang terletak di sekitaran kampus. Dimana produk yang paling diminati dalam bertransaksi adalah tarik tunai. Untuk biaya administrasi pada saat melakukan transaksi tersendiri berbeda-beda tergantung dari agen BRILink dan jenis ATM yang dimiliki.

Setelah melakukan observasi awal, menunjukkan hasil bahwa tidak sedikit dari mahasiswa perbankan syariah yang sudah mengetahui bahwa BRILink merupakan produk dari salah satu bank konvensional yaitu Bank Rakyat Indonesia (BRI) namun tetap saja melakukan transaksi di agen BRILink. Padahal telah kita ketahui bersama bahwa pada program studi perbankan syariah diajarkan mengenai perbedaan sistem yang bank konvensional dan bank syariah yang diterapkan. Tidak hanya mahasiswa yang merupakan nasabah dari BRI, akan tetapi mahasiswa tersebut juga merupakan nasabah dari Bank Umum lain seperti Bank Negara Indonesia, Mandiri, Bank Syariah Indonesia, BPD Sultra dan lain-lain. Padahal telah kita ketahui bersama bahwa tersedia sebuah mesin ATM (Automated Teller Machine) milik Bank Negara Indonesia (BNI) di sekitaran kampus yang bisa digunakan oleh semua nasabah dari Bank Umum lainnya. Akan tetapi, kebanyakan mahasiswa memilih untuk bertransaksi di agen BRILink terdekat.

Ada beberapa fakta yang tidak banyak diketahui oleh nasabah dari Bank Umum lain selain BRI, salah satunya yaitu apabila nasabah dari Bank Umum lain melakukan transaksi tarik tunai di agen BRILink maka saldo mereka akan terpotong secara otomatis sebesar Rp7.500 untuk setiap transaksi yang dilakukan dari biaya

administrasi yang telah dipatok oleh agen BRILink itu sendiri. Jadi, jika dibandingkan dengan melakukan transaksi tarik tunai antara mesin ATM dan agen BRILink, maka transaksi di agen BRILink jauh lebih banyak mengeluarkan biaya atau harga.

Berdasarkan fenomena yang terjadi pada mahasiswa perbankan syariah di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kendari dengan begitu banyaknya yang melakukan transaksi di agen BRILink. Ada beberapa faktor yang menyebabkan fenomena tersebut, diantaranya yaitu banyak mahasiswa yang sudah lebih dulu menggunakan layanan dari bank konvensional. Seperti sudah menjadi nasabah dari bank konvensional sehingga membuat mahasiswa yang berasal dari program studi perbankan syariah lebih sering bertransaksi di BRILink. Selain itu, kurangnya layanan yang serupa yang dimiliki oleh bank syariah menjadilah satu faktor yang membuat mahasiswa perbankan syariah untuk memilih bertransaksi di layanan milik bank konvensional. Dimana layanan BRILink ini sangat mudah ditemui karena sudah memiliki berbagai cabang. Dengan kemudahannya tersebut, sehingga bertransaksi di agen BRILink sangat diminati oleh mahasiswa. Hal ini juga menunjukkan fenomena yang kurang baik di mana mahasiswa perbankan syariah telah mempelajari perbedaan bank konvensional dan bank syariah mulai dari sistemnya, produknya, dan lain-lain dengan harapan mahasiswa tersebut akan menjadi atau beralih menjadi nasabah bank syariah. Namun, masih banyak mahasiswa yang menyepelakan hal tersebut dan tetap untuk menjadi nasabah, bertransaksi dan menggunakan produk bank konvensional. Namun demikian, belum diketahui secara pasti apa yang menjadi faktor utama yang

mempengaruhi minat mahasiswa dalam bertransaksi menggunakan BRILink.

Raharjani (dalam Ridzwan et al., 2021) menyatakan jika suatu perusahaan jasa mempunyai fasilitas yang memadai, layanan yang baik akan dapat meningkatkan keputusan konsumen untuk menggunakan jasa tersebut serta dapat meningkatkan kenyamanan dan kepuasan konsumen. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Nurul Musfirah Khairiyah dan Desy Handa Sari (2020) dengan judul Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Balikpapan dalam Menggunakan Produk dan Jasa BRILink menunjukkan bahwa variabel tempat dan harga berpengaruh positif terhadap minat bertransaksi, adapun variabel kualitas layanan berpengaruh negatif terhadap minat bertransaksi. Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Fitri Holifah (2018) dengan judul Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat dalam Penggunaan Mesin Electronic Data Capture (EDC) BRILink di Tinjau Menurut Ekonomi Syariah (Studi Kasus Toko Miah Photocopy Desa Bencah Kesuma, Kec. Kabun, Kab. Rokan Hulu) menunjukkan bahwa variabel harga, lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat bertransaksi.

Berdasarkan fenomena yang terjadi dan terdapat perbedaan hasil penelitian yang dilakukan sebelumnya, sehingga dianggap penting untuk diteliti lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat bertransaksi. Oleh karena itu, atas dasar pemaparan tersebut maka judul penelitian ini adalah "Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Minat Mahasiswa Perbankan Syariah dalam Bertransaksi Menggunakan BRILink (Studi Kasus pada Mahasiswa IAIN Kendari)".

2. Landasan Teori

Lokasi

Menurut Tjiptono (dalam Sakinah, 2019) lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen.

Menurut Sakinah (2019) lokasi adalah suatu keputusan perusahaan untuk menentukan tempat usaha, menjalankan kegiatan usaha atau kegiatan operasional, dan mendistribusikan barang atau jasa yang menjadi kegiatan bisnisnya kepada konsumen. Pentingnya lokasi bagi perusahaan atau pengusaha sangat mempengaruhi keputusan sasaran pasar dalam menentukan keputusan pembeliannya.

Menurut Tjiptono (dalam Sakinah, 2019) indikator dari lokasi yaitu:

1. Keterjangkauan lokasi
2. Kelancaran akses menuju lokasi
3. Kedekatan lokasi.

Kualitas Pelayanan

Menurut Lupiyoadi (dalam Bakti et al., 2020) mengatakan bahwa kualitas pelayanan yaitu seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima. Kualitas pelayanan mencerminkan perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan ekspektasi pelanggan. Kualitas layanan diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi atau melampaui harapan pelanggan.

Sedangkan menurut Kotler (dalam Ramadhan, 2021) menyatakan bahwa kualitas pelayanan atau jasa merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses,

dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Indikator kualitas pelayanan menurut Kotler (dalam Ramadhan, 2021) ada 5 (lima) yaitu sebagai berikut:

1. Reliability, kemampuan untuk melakukan layanan yang dapat diandalkan dan akurat.
2. Responsiveness, kesediaan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat.
3. Assurance, pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan mereka untuk menjamin mutu sehingga peserta percaya dan yakin.
4. Empathy, perhatian individual terhadap pelanggan.
5. Tangibles, penampilan fasilitas fisik, peralatan, sarana dan prasarana.

Harga

Harga menurut Kotler dan Armstrong (dalam Harsanto & Hidayat, 2016) adalah sejumlah uang yang dikeluarkan untuk sebuah produk atau jasa, atau sejumlah nilai yang dikeluarkan untuk memperoleh manfaat atau kepemilikan atau penggunaan jasa, atau sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat atau kepemilikan atau penggunaan atas sebuah produk atau jasa.

Menurut Lupiyoadi (dalam Amalia, 2020) berpendapat bahwa harga merupakan alat pemberian nilai kepada konsumen dan mempengaruhi citra produk dan keputusan konsumen untuk membeli. (sama dengan mempengaruhi harga)

Menurut Kotler dan Armstrong (dalam Amalia & Nst, 2011) ada 4 (empat) indikator yang mencirikan harga, yaitu:

1. Keterjangkauan harga

2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
3. Daya saing produk
4. Kesesuaian harga dengan manfaat.

Minat

Menurut Widyastuti (dalam Ikbal, 2022) menyatakan minat adalah keinginan yang didorong oleh suatu keinginan setelah melihat, mengamati dan membandingkan serta mempertimbangkan dengan kebutuhan yang diinginkannya. Minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu.

Menurut Kotler (dalam Fatonah & Hendratmoko, 2020) mendefinisikan minat merupakan sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, kemudian timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut dan akhirnya timbul keinginan untuk membeli dan dapat memiliki produk tersebut.

Adapun indikator dari minat menggunakan atau bertransaksi menurut Davis et al (dalam Fatonah & Hendratmoko, 2020) adalah sebagai berikut:

1. Akan bertransaksi
2. Akan merekomendasikan
3. Akan terus menggunakan

3. Metodologi Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode survei, dimana penulis membagikan kuesioner untuk pengumpulan datanya. Sedangkan untuk pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan pendekatan kuantitatif. Adapun jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian asosiatif.

Jumlah Mahasiswa/i Perbankan Syariah dari tahun 2016 atau pertama kali dibentuknya program studi Perbankan Syariah hingga saat ini yaitu berjumlah 831. Namun yang menjadi Populasi dalam penelitian ini adalah

Mahasiswa/i aktif Perbankan Syariah IAIN Kendari pada tahun ajaran 2019-2022 dan jumlah populasi yang diteliti adalah 511 Mahasiswa/i.

Dalam penelitian ini, teknik sampling yang digunakan adalah teknik probability sampling. Sedangkan untuk kriteria dari sampel pada penelitian ini adalah Mahasiswa IAIN Kendari yang mempunyai rekening selain dari Bank Rakyat Indonesia (BRI). Untuk menguji semua hipotesis dalam penelitian digunakan SPSS 25, maka besar sampel minimal yang direkomendasikan yaitu berkisar antara 30 sampai 100 responden (Imam Ghazali, 2006). Hal tersebut menunjukkan bahwa dengan responden yang jumlahnya 100 maka pengujian akan lebih mudah sehingga peneliti membulatkan sampel dalam penelitian ini menjadi 100 mahasiswa perbankan syariah yang pernah bertransaksi menggunakan BRILink.

Data primer dalam penelitian ini adalah jawaban dari responden yang didapatkan oleh peneliti melalui kuesioner/angket yang peneliti sebar. Kuesioner atau angket akan disebar kepada Mahasiswa/i IAIN Kendari yang sedang dan pernah bertransaksi menggunakan BRILink.

Dalam penelitian ini, data sekunder yang digunakan diperoleh melalui literatur-literatur, jurnal penelitian sebelumnya, buku, dan lainnya yang berkaitan dengan penelitian ini. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, kuesioner dan dokumentasi.

Untuk mengetahui apa saja yang menjadi Faktor-Faktor penyebab Mahasiswa IAIN Kendari dalam Bertransaksi Menggunakan BRILink serta untuk mempermudah pengambilan kesimpulan dari tanggapan Mahasiswa yang diperoleh dalam pembagian

kuesioner, makadalam penelitian ini digunakan skala likert.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Uji Instrumen
2. Uji Asumsi Klasik
3. Analisis Regresi Linear Berganda
4. Uji Koefisien Determinan (R^2)
5. Uji Hipotesis

4. Hasil

Uji Validitas

Rangkuman Uji Validitas Variabel Lokasi (X1)

Pernyataan	R_{hitung}	R_{tabel}	Sig.	Keterangan
X1.1	0.717	0.216	0.000	Valid
X1.2	0.772	0.216	0.000	Valid
X1.3	0.771	0.216	0.000	Valid
X1.4	0.658	0.216	0.000	Valid
X1.5	0.781	0.216	0.000	Valid
X1.6	0.703	0.216	0.000	Valid

Sumber: Data primeryang diolah SPSS25:2023

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa semua pernyataan pada variabel lokasi memiliki nilai R_{hitung} lebih besar dari R_{tabel} yaitu 0.216 atau $R_{hitung} > R_{tabel}$ dan nilai sig. < 0.05 yaitu sebesar 0.000, maka pernyataan pada variabel lokasi dinyatakan valid.

Rangkuman Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

Pernyataan	R_{hitung}	R_{tabel}	Sig.	Keterangan
X2.1	0.775	0.216	0.000	Valid
X2.2	0.802	0.216	0.000	Valid
X2.3	0.688	0.216	0.000	Valid
X2.4	0.671	0.216	0.000	Valid
X2.5	0.715	0.216	0.000	Valid

Sumber: Data primeryang diolah SPSS25:2023

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa semua pernyataan pada variabel lokasi memiliki nilai R_{hitung} lebih besar dari R_{tabel} yaitu 0.216 atau $R_{hitung} > R_{tabel}$ dan nilai sig. < 0.05 yaitu sebesar 0.000, maka pernyataan pada variabel kualitas pelayanan dinyatakan valid.

Rangkuman Uji Validitas Variabel Harga (X3)

Pernyataan	R_{hitung}	R_{tabel}	Sig.	Keterangan
X3.1	0.799	0.216	0.000	Valid
X3.2	0.848	0.216	0.000	Valid
X3.3	0.718	0.216	0.000	Valid
X3.4	0.713	0.216	0.000	Valid
X3.5	0.701	0.216	0.000	Valid
X3.6	0.838	0.216	0.000	Valid
X3.7	0.856	0.216	0.000	Valid
X3.8	0.789	0.216	0.000	Valid

Sumber: Data primeryang diolah SPSS25:2023

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa semua pernyataan pada variabel lokasi memiliki nilai R_{hitung} lebih besar dari R_{tabel} yaitu 0.216 atau $R_{hitung} > R_{tabel}$ dan nilai sig. < 0.05 yaitu sebesar 0.000, maka pernyataan pada variabel kualitas pelayanan dinyatakan valid.

Rangkuman Uji Validitas Variabel Minat (Y)

Pernyataan	R_{hitung}	R_{tabel}	Sig.	Keterangan
Y1	0.738	0.216	0.000	Valid
Y2	0.816	0.216	0.000	Valid
Y3	0.676	0.216	0.000	Valid
Y4	0.750	0.216	0.000	Valid
Y5	0.819	0.216	0.000	Valid
Y6	0.879	0.216	0.000	Valid

Sumber: Data primeryang diolah SPSS25:2023

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa semua pernyataan pada variabel lokasi memiliki nilai R_{hitung} lebih besar dari R_{tabel} yaitu 0.216 atau $R_{hitung} > R_{tabel}$ dan nilai sig. < 0.05 yaitu sebesar 0.000, maka pernyataan pada variabel kualitas pelayanan dinyatakan valid..

Uji Reliabilitas

Rangkuman Uji Reliabilitas Cronbach's Alpha sebesar 0.60

Variabel	R_{alpha}	R_{tabel}	Cronbach's Alpha	Keterangan
Lokasi (X1)	0.825	0.216	0.60	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	0.781	0.216	0.60	Reliabel
Harga (X3)	0.908	0.216	0.60	Reliabel
Minat (Y)	0.870	0.216	0.60	Reliabel

Sumber: Data primeryang diolah SPSS25:2023

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa semua pernyataan pada masing-masing variabel Lokasi (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Harga (X3) dan Minat (Y) memiliki nilai cronbach's alpha lebih besar dari 0.60 atau cronbach's alpha > 0.60 dan nilai R_{alpha} lebih besar dari 0.216 atau $R_{alpha} > R_{tabel}$, maka pernyataan pada variabel dalam penelitian ini dikatakan reliabel dan dapat digunakan untuk mengolah data selanjutnya.

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual
N			100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		,0000000
	Std. Deviation		2,78303928
Most Extreme Differences	Absolute		,133
	Positive		,095
	Negative		-,133
Test Statistic			,133
Asymp. Sig. (2-tailed)			,000 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		,051 ^d
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,045
		Upper Bound	,057
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.			

Sumber: Data primer yang diolah SPSS 25: 2023

Berdasarkan hasil pengujian SPSS versi 25 tersebut, diketahui bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0.000 lebih kecil dari 0.05 hal tersebut dikarenakan adanya data yang outlier. Namun setelah menggunakan metode Monte Carlo Sig. (2-tailed) didapatkan nilai sebesar 0.051 dimana lebih besar dari 0.05. Maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas kolmogrov-smirnov di atas, maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Rangkuman Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Lokasi (X1)	0.497	2.010	Bebas Multikolinearitas
Kualitas Pelayanan (X2)	0.392	2.552	Bebas Multikolinearitas
Harga (X3)	0.427	2.343	Bebas Multikolinearitas

Sumber: Data primer yang diolah SPSS 25: 2023

Berdasarkan tabel di atas, hasil pengujian menunjukkan semua variabel independen yang digunakan sebagai prediktor mendapatkan nilai VIF yang relatif kecil yakni berada di bawah 10 dimana variabel lokasi sebesar 2.010, kualitas pelayanan sebesar 2.552, dan harga sebesar 2.343. Sedangkan untuk nilai toleransi semuanya berada di atas 0.10 dimana variabel lokasi sebesar 0.497, kualitas pelayanan sebesar 0.392, dan harga sebesar 0.427.

c. Uji Autokorelasi

Hasil Uji Autokorelasi

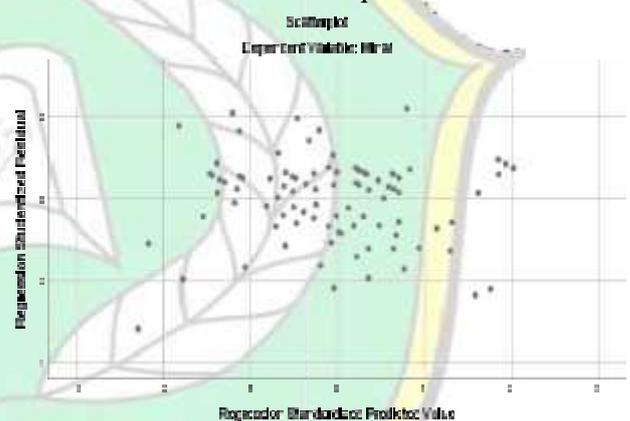
Model Summary ^a					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,768 ^b	,589	,576	2,826	2,050
a. Predictors: (Constant), Harga, Lokasi, Kualitas Pelayanan					
b. Dependent Variable: Minat					

Sumber: Data primer yang diolah SPSS 25: 2023

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai Durbin-Watson atau d sebesar 2.050. Karena jumlah sampel (n) 100 dan jumlah variabel independen (k) 3 maka didapatkan nilai dU sebesar 1.736 dan L sebesar 1.613. Maka $4-dU$ atau $4-1.736$ adalah 2.264 dan $4-dL$ atau $4-1.613$ adalah 2.387. Sehingga dapat disimpulkan bahwa $dU < 4-dU$ atau $1.736 < 2.050 < 2.264$. Maka dapat disimpulkan tidak terjadi autokorelasi.

d. Uji Heterokedastisitas

Hasil Scatterplot



Sumber: Data primer yang diolah SPSS 25: 2023

Berdasarkan pada gambar di atas, dapat dilihat bahwa penyebaran titik-titik tidak teratur dan tidak membentuk suatu pola tertentu. Hal ini berarti tidak terjadi heterokedastisitas dalam penelitian ini, dengan kata lain semua variabel independen (bebas) yang terdapat dalam penelitian ini memiliki sebaran varian yang sama.

Selain itu, juga dapat dilihat hasil uji formalnya. Dimana apabila nilai $sig. > 0.05$ maka tidak terjadi heterokedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1,546	2,172		-,712	,478
	Lokasi	,283	,118	,223	2,400	,018
	Kualitas Pelayanan	-,095	,149	-,067	-,641	,523
	Harga	,585	,089	,658	6,567	,000

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Data primery yang diolah SPSS 25: 2023

Berdasarkan pada tabel diatas, diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + 1X_1 + 2X_2 + 3X_3 + e$$

$$Y = -1.546 + 0.283(X_1) - 0.095(X_2) + 0.089(X_3)$$

Dari persamaan regresi linear berganda, dapat diartikan bahwa:

1. Nilai konstanta () bertanda negatif, yaitu sebesar -1.546 artinya apabila Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Harga diasumsikan sama dengan 0 (nol) maka Minat Mahasiswa Perbankan Syariah dalam Bertransaksi Menggunakan BRILink akan mengalami penurunan.
2. Koefisien regresi variabel Lokasi (X₁) yaitu sebesar 0.283 artinya jika lokasi semakin bagus, maka Minat (Y) akan meningkat sebesar 0.283 atau 28%. Koefisien bernilai positif, artinya terjadi hubungan positif antara Lokasi dan Minat. Jadi apabila lokasi dekat, terjangkau dan diaksesnya lancar maka meningkat pula Minat Mahasiswa Perbankan Syariah dalam Bertransaksi Menggunakan BRILink.
3. Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X₂) yaitu sebesar -0.095, artinya jika kualitas pelayanan semakin bagus, maka Minat (Y) akan menurun sebesar 0.095 atau 9%. Koefisien bernilai negatif, artinya terjadi hubungan atau pengaruh negatif antara Kualitas Pelayanan dan Minat. Jadi apabila kualitas pelayanannya dirasa

kurang baik dan kurang memuaskan maka menurun pula Minat Mahasiswa Perbankan Syariah dalam Bertransaksi Menggunakan BRILink. Hasil tersebut menunjukkan hal yang bertentangan dengan salah satu hukum ekonomi yaitu permintaan dimana apabila harga suatu barang atau terjangkau maka permintaan akan semakin meningkat. Namun pada penelitian ini, apabila pelayanan yang diberikan oleh agen BRILink baik maka minat mahasiswa dalam bertransaksi akan menurun.

4. Koefisien regresi variabel Harga (X₃) yaitu sebesar 0.089, artinya jika harga mengalami peningkatan 1 satuan, maka Minat (Y) akan meningkat sebesar 0.089 atau 8%. Koefisien bernilai positif, artinya terjadi hubungan positif antara harga dan minat. Jadi apabila harga produk terjangkau, sesuai dengan manfaat dan kualitas produk serta memiliki daya saing yang baik maka meningkat pula minat mahasiswa perbankan syariah dalam bertransaksi menggunakan BRILink.

Koefisien Determinasi (R²)

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,768 ^a	,589	,576	2,826

a. Predictors: (Constant), Harga, Lokasi, Kualitas Pelayanan

Sumber: Data primery yang diolah SPSS 25: 2023

Berdasarkan tabel output di atas diketahui bahwa nilai koefisien korelasi atau "R" yaitu sebesar 0.768 atau 76.8%. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang kuat antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Sedangkan untuk nilai koefisien determinasi atau "R Square" yaitu sebesar 0.589 atau 58.9%. Nilai R Square 0.589 diperoleh dari hasil

pengkuadratan nilai koefisien korelasi atau “R” yaitu $0.768 \times 0.768 = 0.589$. Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel independen Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap variabel dependen Minat adalah sebesar 58.9%. Sedangkan sisanya sebesar 41.1% dipengaruhi oleh variabel yang tidak dimasukkan dalam model penelitian atau variabel yang diteliti.

Uji Hipotesis

1. Uji t

Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1,546	2,172		-,712	,478
	Lokasi	,283	,118	,223	2,400	,018
	Kualitas Pelayanan	-,095	,149	-,067	-,641	,523
	Harga	,585	,089	,658	6,567	,000

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Data primer yang diolah SPSS 25: 2023

a) Berdasarkan hasil uji t pada variabel Lokasi didapatkan nilai Thitung sebesar 2.400 dan nilai Ttabel sebesar 1.984, hal tersebut menunjukkan bahwa nilai Thitung > Ttabel. Sedangkan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0.018 lebih kecil dari 0.05 atau $0.018 < 0.05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak, artinya terdapat pengaruh secara individual variabel lokasi terhadap minat mahasiswa perbankan syariah dalam bertransaksi menggunakan BRILink.

b) Berdasarkan uji t pada variabel Kualitas Pelayanan didapatkan nilai Thitung sebesar 0.641 dan nilai Ttabel sebesar 1.984, hal tersebut menunjukkan bahwa nilai Thitung < Ttabel. Sedangkan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0.523 lebih besar dari 0.05 atau $0.523 > 0.05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_a ditolak dan H_0 diterima, artinya tidak terdapat pengaruh secara individual variabel

kualitas pelayanan terhadap minat mahasiswa perbankan syariah dalam bertransaksi menggunakan BRILink.

c) Berdasarkan uji t pada variabel Harga didapatkan nilai Thitung sebesar 6.567 dan nilai Ttabel sebesar 1.984, hal tersebut menunjukkan bahwa nilai Thitung > Ttabel. Sedangkan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0.000 lebih kecil dari 0.05 atau $0.000 < 0.05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak, artinya terdapat pengaruh secara individual variabel harga terhadap minat mahasiswa perbankan syariah dalam bertransaksi menggunakan BRILink.

2. Uji F

Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1099,965	3	366,655	45,904	,000 ^b
	Residual	766,785	96	7,987		
	Total	1866,750	99			

a. Dependent Variable: Minat

b. Predictors: (Constant), Harga, Lokasi, Kualitas Pelayanan

Sumber: Data primer yang diolah SPSS 25: 2023

Nilai Ftabel untuk signifikansi = 0.05 dengan regression $df = n - k - 1 = 3$ dimana k adalah jumlah variabel dan residual $df = n - k - 1$ atau $100 - 3 - 1 = 96$ dimana n = jumlah responden dan k = jumlah variabel independen. Dengan pengujian dua sisi, maka hasil yang diperoleh untuk Ftabel adalah sebesar 2.669.

Hasil uji f di atas menunjukkan bahwa nilai Fhitung adalah sebesar 45.904 dan nilai Ftabel sebesar 2.669, hal tersebut menunjukkan bahwa nilai Fhitung > Ftabel. Sedangkan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0.000 lebih kecil dari 0.005 atau $0.000 < 0.05$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak.

Berdasarkan hasil tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh secara bersama-sama antara Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Harga

terhadap Minat Mahasiswa Perbankan Syariah dalam Bertransaksi Menggunakan BRILink..

Pembahasan

Pengaruh Lokasi terhadap Minat

Pada variabel lokasi memiliki Thitung sebesar 2.400 dan nilai Ttabel sebesar 1.984 atau nilai Thitung > Ttabel. Sedangkan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0.018 lebih kecil dari 0.05 atau $0.018 < 0.05$, itu artinya hipotesis pertama atau H_1 diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel Lokasi terhadap Minat Mahasiswa Perbankan Syariah dalam Bertransaksi Menggunakan BRILink. Artinya semakin dekat, terjangkau dan lancarnya lokasi untuk diakses maka semakin tinggi pula minat mahasiswa dalam bertransaksi menggunakan BRILink.

Setelah uji dilakukan, menunjukkan bahwa lokasi mempunyai kontribusi yang sangat penting terhadap minat mahasiswa dalam bertransaksi di agen BRILink. Sehingga menyebabkan lokasi menjadi salah satu faktor yang paling meningkatkan minat mahasiswa dalam bertransaksi di agen BRILink, dengan lokasinya yang sangat dekat dengan kediaman atau tempat tinggal (indekos, kontrakan, btn, ataupun rumah) mahasiswa, sangat mudah dijangkau, dan untuk menuju agen BRILink tersebut sangat lancar diaksesnya sehingga sangat memudahkan mahasiswa untuk bertransaksi dalam berbagai bentuk produk yang ditawarkan oleh BRILink. Oleh karena itu, dengan adanya agen-agen BRILink yang sangat dekat, mudah dan lancar diakses lokasinya maka akan semakin meningkat atau sangat memudahkan mahasiswa dalam bertransaksi menggunakan BRILink.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Khairiyah & Sari,

2020) dengan judul "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Balikpapan dalam Menggunakan Produk dan Jasa BRILink." Dimana dalam penelitian ini menyatakan bahwa lokasi yang mudah dijangkau, dan dekat dengan pusat keramaian, ataupun dekat dengan tempat tinggal memudahkan konsumen untuk bertransaksi perbankan di agen BRILink.

Begitupun dengan penelitian yang dilakukan oleh (Fure, 2014) dengan judul "Lokasi, Keberagaman Produk, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya terhadap Minat Beli pada Pasar Tradisional Bersehari Calaca." Hasil dalam penelitian ini menyatakan lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Dimana ia mengatakan bahwa lokasi adalah hal yang sangat dipertimbangkan oleh seorang konsumen ketika hendak melakukan suatu pembelian atau minat beli terhadap sesuatu.

Jadi, dengan kondisi lokasi yang strategis akan meningkatkan laba atau pendapatan suatu usaha, begitupun dengan BRILink apabila memilih lokasi yang strategis maka akan meningkatkan minat dalam bertransaksi menggunakan BRILink.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat

Pada variabel kualitas pelayanan memiliki Thitung sebesar 0.641 dan nilai Ttabel sebesar 1.984 atau Thitung < Ttabel. Sedangkan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0.523 lebih besar dari 0.05 atau $0.523 > 0.05$, itu artinya hipotesis kedua atau H_2 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Mahasiswa Perbankan Syariah dalam Bertransaksi Menggunakan BRILink. Artinya, pelayanan yang diberikan oleh agen BRILink tidak begitu

mempengaruhi minat mahasiswa dalam bertransaksi menggunakan BRILink.

Setelah uji dilakukan, menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh BRILink tidak mempengaruhi atau tidak memiliki kontribusi terhadap minat mahasiswa dalam bertransaksi menggunakan BRILink. Hal tersebut bertentangan dengan salah satu hukum ekonomi yaitu hukum permintaan dimana menyatakan bahwa jika harga suatu barang turun atau terjangkau maka permintaan juga akan semakin meningkat. Sama halnya dengan kualitas pelayanan, jika agen BRILink memberikan pelayanan yang bagus maka minat mahasiswa dalam bertransaksi akan semakin meningkat, akan tetapi pada hasil penelitian ini menunjukkan hasil bertentangan. Dimana dalam hasil penelitian ini menunjukkan apabila kualitas pelayanan yang diberikan oleh agen BRILink bagus, maka minat mahasiswa dalam bertransaksi akan semakin menurun.

Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Khairiyah & Sari, 2020) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak mempengaruhi minat konsumen dalam bertransaksi di BRILink. Artinya pelayanan yang diberikan oleh agen BRILink tidak memiliki kontribusi terhadap minat seseorang dalam bertransaksi, hal tersebut dikarenakan banyaknya agen BRILink yang memiliki usaha sampingan seperti usaha toko kelontong, konter pulsa isi ulang dan agen bantuan sembako sehingga dalam pelayanan yang diberikan tidak maksimal dimana menyamaratakan semua jenis pelayanan toko dan pelayanan BRILink.

Namun, hasil penelitian tersebut berbeda dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (Zuardi & Rahim, 2020) yang menyatakan bahwa pertimbangan

yang cukup dominan dalam mempengaruhi keputusan atau minat menggunakan produk BRILink adalah kualitas pelayanan dibandingkan dengan produk, lokasi dan harga. Hal tersebut dikarenakan pelayanan yang diberikan dengan cepat, pelayanan yang tepat waktu serta pelayanan yang tidak dibatasi jam kerja menjadi alasan seseorang menggunakan produk BRILink.

Pengaruh Harga terhadap Minat

Pada variabel harga memiliki Thitung sebesar 6.567 dan nilai Ttabel sebesar 1.984 atau nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$. Sedangkan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0.000 lebih kecil dari 0.05 atau $0.000 < 0.05$, itu artinya hipotesis ketiga atau H3 diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel Harga terhadap Minat Mahasiswa Perbankan Syariah dalam Bertransaksi Menggunakan BRILink. Artinya, semakin terjangkau harga yang diberikan atau ditawarkan oleh agen BRILink maka akan semakin tinggi pula minat mahasiswa dalam bertransaksi menggunakan BRILink.

Setelah uji dilakukan, menunjukkan bahwa harga mempunyai kontribusi yang juga sangat penting terhadap minat mahasiswa dalam bertransaksi di agen BRILink. Dengan harga yang terjangkau atau sesuai dengan keuangan mahasiswa, harga yang diberikan sesuai dengan manfaat produk seperti hanya melakukan transaksi tarik tunai maka anak dikenakan biaya yang sedikit pula, lalu memiliki daya saing yang baik dengan produk serupa maka akan sangat berpengaruh atau akan meningkatkan minat mahasiswa dalam bertransaksi menggunakan BRILink.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (Khairiyah & Sari, 2020) yang menyatakan bahwa

harga memiliki pengaruh yang begitu penting terhadap minat konsumen untuk bertransaksi di agen BRILink. Harga juga menjadi faktor terbesar yang meningkatkan minat konsumen untuk bertransaksi di agen BRILink, dengan harga transaksinya yang terjangkau membuat konsumen lebih berminat untuk bertransaksi di agen BRILink. Selain itu, harga yang ditawarkan oleh agen BRILink terbilang murah jika dibandingkan dengan agen pelayanan yang sejenis, sehingga minat konsumen dalam bertransaksi perbankan di agen BRILink akan semakin meningkat.

Begitupun dengan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Holifah, 2018) dengan judul "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat dalam Penggunaan Mesin Electronic Data Capture (EDC) BRILink di Tinjau Menurut Ekonomi Syariah (Studi Kasus Toko Miah Photocopy Desa Bencah Kesuma, Kec. Kabun, Kab. Rokan Hulu)." Dimana menyatakan bahwa lokasi juga memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat dalam bertransaksi di agen BRILink.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa jika harga produk terjangkau, sesuai dengan manfaat dan kualitas produk serta memiliki daya saing yang baik maka meningkat pula Minat Mahasiswa Perbankan Syariah dalam Bertransaksi Menggunakan BRILink.

Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Minat Mahasiswa Perbankan Syariah dalam Bertransaksi Menggunakan BRILink

Hipotesis keempat atau H4 menyatakan bahwa variabel Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Mahasiswa Perbankan Syariah dalam Bertransaksi Menggunakan BRILink. Berdasarkan uji yang telah dilakukan, dihasilkan

Fhitung adalah sebesar 45.904 dan nilai Ftabel sebesar 2.669 atau nilai Fhitung > Ftabel dan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0.000 lebih kecil dari 0.005 atau $0.000 < 0.05$, artinya Hipotesis keempat atau H4 diterima. Sehingga dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh positif atau pengaruh secara bersama-sama dan signifikan antara variabel Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Minat Mahasiswa Perbankan Syariah dalam Bertransaksi Menggunakan BRILink..

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah:

1. Pada variabel lokasi terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa dalam bertransaksi. Hal ini berarti semakin lokasi dekat, terjangkau dan aksesnya lancar maka meningkat pula Minat Mahasiswa Perbankan Syariah dalam Bertransaksi Menggunakan BRILink.
2. Pada variabel kualitas pelayanan tidak mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa dalam bertransaksi. Hal ini berarti kualitas pelayanan yang diberikan oleh agen BRILink kurang baik dan memuaskan sehingga tidak memiliki pengaruh terhadap Minat Mahasiswa Perbankan Syariah dalam Bertransaksi Menggunakan BRILink.
3. Pada variabel harga terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa dalam bertransaksi. Hal ini berarti semakin harga produk terjangkau, sesuai dengan manfaat dan kualitas produk serta memiliki daya saing yang baik maka

meningkat pula Minat Mahasiswa Perbankan Syariah dalam Bertransaksi Menggunakan BRILink.

4. Terdapat pengaruh secara bersama-sama yang positif dan signifikan antara variabel lokasi, kualitas pelayanan dan harga terhadap minat mahasiswa dalam bertransaksi. Hal ini berarti semakin baik lokasi, kualitas pelayanan dan harga maka akan semakin meningkat pula minat mahasiswa dalam bertransaksi menggunakan BRILink.

6. Saran

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk riset atau penelitian mendatang, disarankan untuk mengkaji atau meneliti lebih luas lagi terkait hal-hal yang dapat memberikan pengaruh atau menjadikan mahasiswa lebih berminat lagi. Karena masih banyak faktor-faktor lain yang dapat memberikan pengaruh terhadap minat selain dari lokasi, kualitas pelayanan dan harga. Selain itu juga dapat menggunakan variabel-variabel yang lebih banyak dan variatif lagi dari penelitian ini. Begitupun dengan populasi dan sampel yang digunakan agar kiranya diperluas lagi.

2. Bagi Agen BRILink

Berdasarkan kesimpulan di atas, diharapkan kepada agen-agen BRILink terkhusus di Kecamatan Baruga Kota Kendari agar kiranya selalu mempertimbangkan lokasi ketika hendak membuka sebuah agen BRILink dengan lokasi yang dekat, mudah dijangkau dan lancar diaksesnya maka minat mahasiswa akan semakin meningkat, begitupun dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh agen BRILink agar kiranya ditingkatkan lagi sehingga akan meningkatkan minat mahasiswa dalam bertransaksi kedepannya, serta memberikan harga yang cuku pterjangkau, punya kesesuaian

antara harga dengan kualitas produk dan manfaatnya sehingga akan semakin meningkatkan minat mahasiswa dalam bertransaksi di BRILink..

Daftar Pustaka

- Ahyadi. (2021). Komparasi Minat Nasabah Melalui Pemetaan Sebaran Jaringan dan Nasabah pada Bank Syariah di Indonesia.
- Alwahidin, & Afni, N. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Indonesia. *ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting*, 3(1), 57–72. <https://doi.org/10.47065/arbitrase.v3i1.445>
- Alwahidin, Jufra, A., Mulu, B., & Mulu, B. (2023). A new economic perspective: Understanding the impact of digital financial inclusion on Indonesian households consumption. *Buletin Ekonomi Moneter dan Perbankan*, 26(2), 333–360.
- Amalia, P. (2020). Pengaruh Marketing Mix terhadap Keputusan Pembelian Baju di Pasar Jatinegara, Jakarta Timur (Studi Kasus pada Toko Pakaian Muslimah Mahkota, Jatinegara) [Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta]. [http://repository.stei.ac.id/914/3/BAB II.pdf](http://repository.stei.ac.id/914/3/BAB%20II.pdf)
- Amilia, S., & Nst, M. O. A. (2011). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan Unsam*, 6(1), 660–669.
- Amita, N. L. (2015). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Produk BRILink (Studi pada Masyarakat di Kota Kediri). <https://www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-results>
- Apryadi. (2020). Tinjauan Hukum

Ekonomi Syariah
Terhadap Peran Agen
BRILink di Kecamatan
Iilir Barat I Palembang
dalam
Transaksi Layanan Keuan
gan

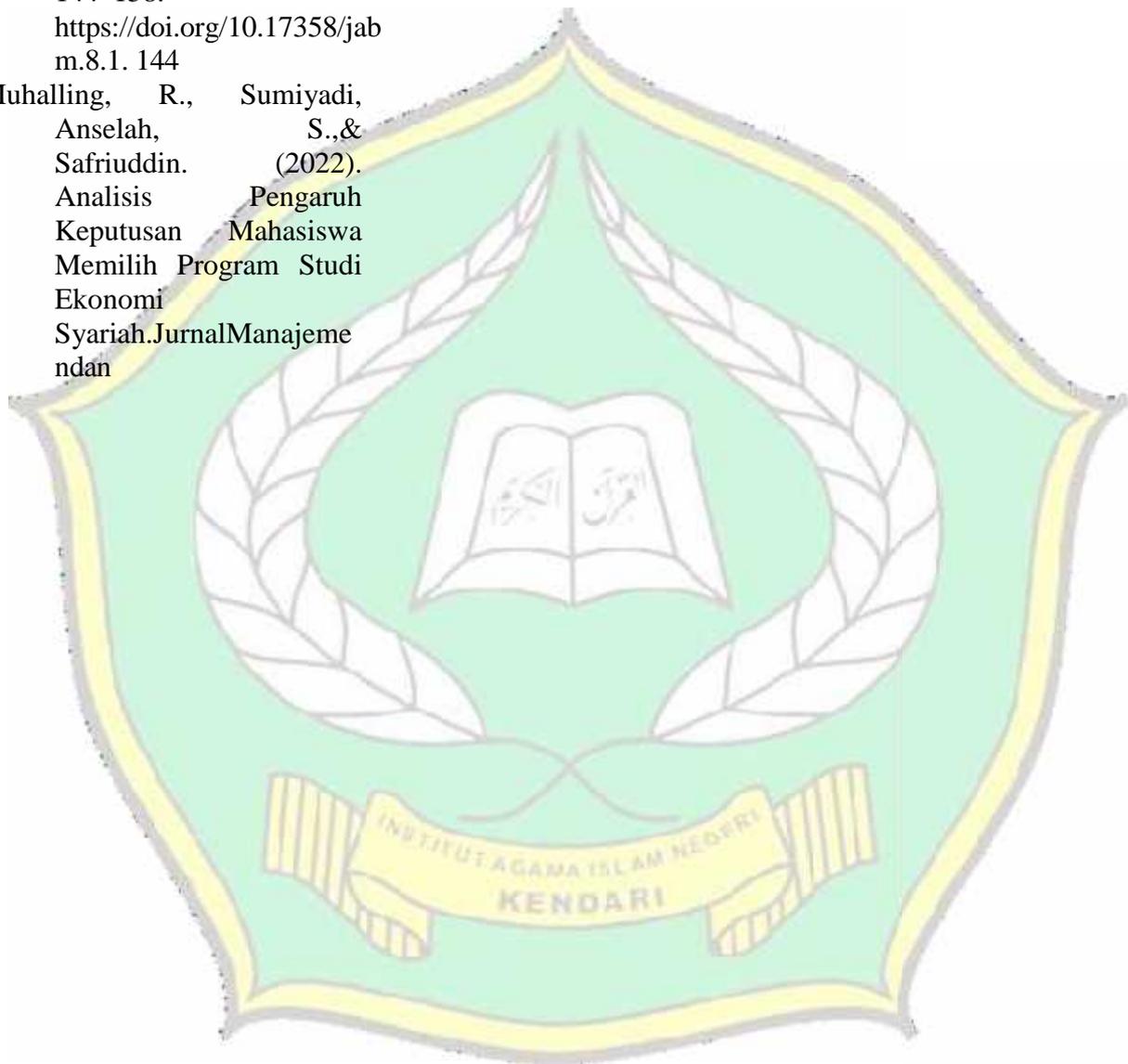


- Digital (LKD) [Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang]. <http://repository.radenfatah.ac.id/16537/1/BAB II.pdf>
- Bakti, U., Hairudin, & Alie, M. S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada di Bandar Lampung. *Ekonomi*, 22.
- Chelviana, K., Made, A., & Iyus, A. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Toko Modern Di Kecamatan Buleleng. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 9(2), 257–266.
- Fatonah, F., & Hendratmoko, C. (2020). Menguji Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Minat Generasi Millennial Menggunakan E-Money. *Jurnal Manajemen*, 12(2), 209–217. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN%0AMenguji>
- Fure, H. (2014). Lokasi, Keberagaman Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya terhadap Minat Beli pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca. *Journal of Clinical Oncology*, 32(27), 3083. <https://doi.org/10.1200/JCO.2014.56.8501>
- Harsanto, L. F., & Hidayat, W. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian (Pada UKM Martabak Mas Ipung di Perumahan Plamongan Indah Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 024.
- Holifah, F. (2018). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat dalam Penggunaan Mesin Electronic Data Capture (EDC) BRILink di Tinjau Menurut Ekonomi Syariah (Studi Kasus Toko Miah Photocopy Desa Bencah Kesuma, Kec. Kabun, Kab. Rokan Hulu) [Universitas Islam Negeri Sultan Kasim Riau]. <http://repository.uinsuska.ac.id/id/eprint/14961>
- Ikkbal, M. (2022). Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Mahasiswa Akuntansi untuk Mengikuti Pendidikan Profesi Akuntansi (PPAk). *Kompak: Jurnal Ilmiah Komputerisasi Akuntansi*, 15(1), 205–215. <https://doi.org/10.51903/kompak.v15i1.641>
- Insawan, H., Abdulahanaa, Karyono, O., & Farida, I. (2022). The COVID-19 pandemic and its impact on the yields of sharia stock business portfolio in Indonesia. *International Journal of Professional Business Review*, 7(6), e0941.
- Insawan, H., Rahman, M., & Anhusadar, L. O. (2020). Comparative analysis of syariah bank in Indonesia. *International Journal of Advanced Science and Technology*, 29(4), 1457–1463.
- Kamaruddin, Misbahuddin, Sarib, S., & Darlis, S. (2023). Cultural-based deviance on Islamic law; Zakat Tekke Wale' spending in Basala, Konawe, Southeast Sulawesi, Indonesia. *Al-Ihkam: Jurnal Hukum dan Pranata Sosial*, 18(2), 568–590.
- Khairiyah, N. M., & Sari, D. H. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Balikpapan Dalam Menggunakan Produk Dan Jasa Brilink. *Competence: Journal of Management Studies*, 14(2), 144–163. <https://doi.org/10.21107/kompetensi.v14i2.8955>
- Maguni, W., Rum, J., Sofhian, & Hadi, M. (2023). Investigation of the effect of organizational ambidexterity and innovation capability on supply chain performance: An empirical study of Indonesian MSMEs. *Journal of Law and Sustainable Development*, 11(7), e01050.
- Mahendra, Y. I. (2021). Analisis Faktor-

Faktor
Mempengaruhi
Marpaung, J. E. P., Suharjo, B.,
& Asnawi, Y. H. (2022).
Pengaruh Kualitas
Layanan Petugas Agen
Brilink(PAB)TerhadapL
oyalitas Agen Brilink.
Jurnal Aplikasi Bisnis
dan Manajemen, 8(1),
144–158.
<https://doi.org/10.17358/jabm.8.1.144>

Muhalling, R., Sumiyadi,
Anselah, S.,&
Safriuddin. (2022).
Analisis Pengaruh
Keputusan Mahasiswa
Memilih Program Studi
Ekonomi
Syariah.JurnalManajeme
ndan

yang
Minat Bertransaksi Mahasiswa Non- Muslim pada BankSyariah(Studi Kasus



- Kearifan Lokal Indonesia, Vol. 6, No.
- Muhdar, H. M., Maguni, W., Muhtar, M., Bakri, B., Rahma, S. T., & Junaedi, I. W. R. (2022). The impact of leadership and employee satisfaction on the performance of vocational college lecturers in the digital era. *Frontiers in Psychology*, 13, 895346.
- Muliasari, I. (2016). Pengaruh Harga dan Jasa terhadap Kepuasan Konsumen pada Kafe Instamie (Survey pada Konsumen Kafe Instamie Jl. Tamansari No 15 Bandung) [Universitas Pasundan]. <http://repository.unpas.ac.id/15638/>
- Nawas, K. A., Amir, A. M., Syariati, A., & Gunawan, F. (2023). Faking the Arabic imagination till we make it: Language and symbol representation in the Indonesian e-commerce. *Theory and Practice in Language Studies*, 13(4), 994–1005.
- Nurfajrianti, S. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa dalam Melakukan Aktivitas Bertransaksi di Pasar Modal Syariah [UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi]. <http://repository.uinjambi.ac.id/13861/>
- Pratiwi, K., Salma, Hidayatullah, K., & Suryakusuma, S. M. (2020). Persepsi Minat Nasabah Pengguna BRILink di Masa Pandemi Covid-19 (Studi pada BRILink di Kecamatan Selomerto Kabupaten Wonosobo) [STIE Bank BPD JATENG]. eprint.stiebankbpdjateng.ac.id/879/
- Ramadhan, A. G. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Aplikasi Mobile Dan Harga Terhadap Kepuasan Peserta Jaminan Kesehatan Nasional Kartu Indonesia Sehat (JKN KIS) [Universitas Komputer Indonesia]. https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/4833/8/UNIKOM_ALAM_GUMILANG_BAB_II.pdf
- Ridzwan, M., Purwanti, I., & Wicaksono, A. Y. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Bertransaksi (Studi Kasus pada Agen BRILink BRI Unit Sidayu, Gresik). *MELATI: Jurnal Media*
- 

Komunikasi Ilmu
Ekonomi,37(1), 57–67.

itas
Produk,HargaDanIklanTelevisi

Sakinah, S. (2019). Pengaruh
Produk, Harga, Tempat
dan Promosi terhadap
Keputusan Pembelian
Konsumen (Studi
Empiris pada Konsumen
Seblak Sinija Kabupaten

Magela
ng). Universitas
Muham
madiyah Magelang.

Sundari, A. M. (2017). Analisis
Faktor- Faktor yang
MempengaruhiMinat
Bertransaksi Mahasiswa
Non-Muslim pada Bank
Syariah (Studi Kasus
pada Mahasiswa Fakultas
Ekonomi Universitas
Atma Jaya Yogyakarta)
[UIN Sunan

Kalijaga].
[https://digilib.uin-
suka.ac.id/id/eprint/27126
/](https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/27126/)

Suprihati,W.B.U.(2015).Analisi
s Faktor-Faktor
analisis- faktor-faktor-
yang- mempengaruhi.pdf

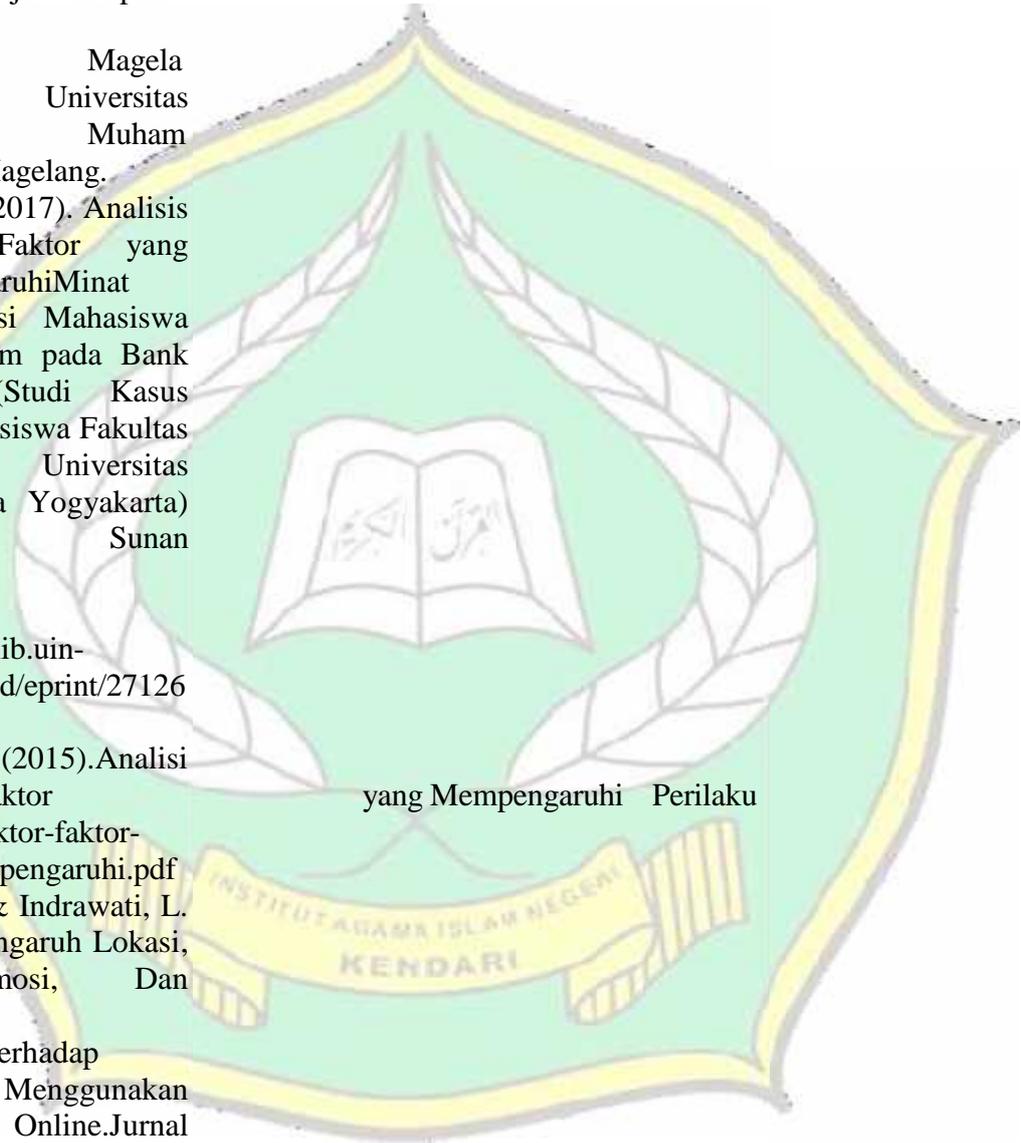
Widjaja, A. E., & Indrawati, L.
(2018). Pengaruh Lokasi,
Harga,Promosi, Dan
Kualitas
Pelayananterhadap
Keputusan Menggunakan
Ojek Online.Jurnal
Bisnis Terapan, 2(02),
169–178.

[https://doi.org/10.24123/jbt.v2i02
.1617](https://doi.org/10.24123/jbt.v2i02.1617)

Zuardi, M. H., & Rahim, R.
(2020). Analisis
Keputusan Nasabah
Menggunakan Brilink.
Adzkiya: Jurnal Hukum
dan Ekonomi Syariah,
[https://doi.org/10.32332/a
dzkiya.v8i1.1910](https://doi.org/10.32332/adzkiya.v8i1.1910)

Zubaidah.(2017).PengaruhKual

8(1), 93.



yang Mempengaruhi Perilaku

dalam Keputu

Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Lux Pada Konsumen Minimarket Atha Mart Di Kota Palembang.

Hardiyanti, M. P. (2020). Strategi Penyelesaian Pembiayaan Bermasalah Pada Pt. Bank Muamalat Indonesia Tbk Kantor Cabang Darmo Surabaya. Skripsi. Universitas Airlangga: Surabaya.

Holifah, F. (2018). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat dalam Penggunaan Mesin Electronic Data Capture (EDC) BRILink di Tinjau Menurut Ekonomi Syariah (Studi Kasus Toko Miah Photocopy Desa Bencah Kesuma, Kec. Kabun, Kab. Rokan Hulu). Skripsi. Universitas Islam Negeri Sultan Kasim Riau: Riau.

Pratiwi, K., Salma, Hidayatullah, K., & Suryakusuma, S. M. (2020). Persepsi Minat Nasabah Pengguna BRILink di Masa Pandemi Covid-19 (Studi pada BRILink di Kecamatan Selomerto Kabupaten Wonosobo). Skripsi. STIE Bank BPD JATENG: Semarang.

Mahendra, Y. I. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Bertransaksi Mahasiswa Non-Muslim pada Bank Syariah (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta). Skripsi. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara: Medan.

Sundari, A. M. (2017). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Bertransaksi Mahasiswa Non-Muslim pada Bank Syariah (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta). Skripsi. UIN Sunan Kalijaga: Yogyakarta.

